

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 KOMUNIKASI MASSA**

Manusia merupakan makhluk sosial yang tidak pernah lepas dari kebutuhannya akan berkomunikasi. Dimana dengan berkomunikasi dengan sesama manusia lainnya, akan membawa manfaat dan tujuan dari komunikasi itu sendiri pada kehidupan sehari-harinya. Menurut Thomas M. Scheidel (dalam Mulyana, 2007:4) mengemukakan bahwa manusia berkomunikasi untuk menyatakan dan mendukung identitas dirinya, selain itu untuk membangun hubungan sosial dengan orang lain disekitarnya, serta untuk mempengaruhi orang lain supaya merasa, berpikir, atau berperilaku seperti yang diinginkannya.

Cangara (2016:34) dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi, membagi komunikasi atas empat macam tipe, yakni komunikasi dengan diri sendiri (*intrapersonal communication*), komunikasi antar pribadi (*interpersonal communication*), komunikasi publik (*public communication*) dan komunikasi massa (*mass communication*).

##### **2.1.1 Pengertian Komunikasi Massa**

Komunikasi massa diartikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung dimana pesannya dikirim dari sumber melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal, melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar, dan film (Cangara, 2016:41).

Definisi lain komunikasi massa pernah dikemukakan oleh Joseph A. Devito, yakni: *pertama*, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. *Kedua*, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar yang audio dan atau visual (Nurudin, 2017:12).

Sementara itu, menurut Jay Black dan Frederick C. Whitney (1988) menyebutkan bahwa komunikasi massa adalah sebuah proses dimana pesan-pesan yang di produksi secara massal/tidak sedikit itu disebutkan kepada massa penerima pesan yang luas, anonim, dan heterogen (Nurudin, 2017:12).

Berdasarkan definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa adalah proses komunikasi dimana pesan komunikasinya di produksi secara massal, disebarkan melalui media, dan penerima pesannya bersifat heterogen.

#### **2.1.2 Ciri-ciri Komunikasi Massa**

Salah satu ciri komunikasi massa adalah adanya penerimaan pesan yang beragam. ‘Orang banyak’ yang menjadi sasaran pesan dalam komunikasi massa dapat disebut sebagai khalayak. Karakter khalayak dapat mempengaruhi proses komunikasi itu sendiri. Ciri-ciri teoritis proses komunikasi massa (McQuail, 2011:62), antara lain:

- a. Distribusi dan penerimaan konten dalam skala besar. Dimana dicerminkan dengan penerimaan pesan yang banyak.
- b. Aliran satu arah.
- c. Hubungan yang asimetris antara pengirim dan penerima. Ditandai dengan jarak sosial dan fisik antara pengirim dan penerima pesan. Biasanya

pengirim pesan memiliki kelebihan baik dalam hal kekuasaan, keahlian, atau kehormatan dibandingkan penerima pesan.

- d. Hubungan yang tidak personal dan anonim dengan khalayak.
- e. Hubungan dengan khalayak yang bersifat jual-beli atau diperhitungkan.
- f. Terdapat standarisasi dan komodifikasi konten. Pesan yang terstandarisasi menunjukkan bahwa pesan komunikasi massa adalah hasil produksi massa yang telah kehilangan keaslian dan keunikannya, karena penggunaannya diulang dalam bentuk yang identik.

### 2.1.3 Elemen-elemen Komunikasi Massa

Selain ciri-ciri komunikasi massa yang telah dijelaskan diatas, ada pula elemen-elemen komunikasi massa (Nurudin, 2017:96-133), antara lain:

- a. Komunikator : dalam komunikasi massa sangat berbeda dengan komunikator dalam komunikasi yang lain. Komunikator disini meliputi jaringan, saluran lokal, direktur, dan staf teknis yang merupakan bagian dari lembaga media massa.
- b. Isi : setiap media massa memiliki kebijakan sendiri dalam pengelolaan isinya. Karena, setiap media melayani masyarakat yang beragam dan menyangkut individu atau kelompok sosial.
- c. *Audience* : khalayak yang menerima informasi yang disebarkan melalui media massa. *Audience* atau komunikan dalam komunikasi massa sangat beragam mulai dari jutaan penonton televisi, ribuan pembaca buku, majalah, surat kabar atau jurnal ilmiah.
- d. Umpan Balik : yang terjadi di komunikasi massa adalah umpan balik tidak langsung. Jadi, komunikan memberikan reaksi kepada komunikator dalam

jangka waktu tertentu dan tidak langsung seperti dalam komunikasi tatap muka.

- e. Gangguan : dalam komunikasi massa bisanya selalu ada, semakin kompleks teknologi yang digunakan masyarakat semakin besar pula peluang munculnya gangguan serta semakin banyak variasi program acara yang disajikan maka semakin meningkat munculnya gangguan.
- f. *Gatekeeper* : penyeleksi informasi, sebagaimana diketahui bahwa komunikasi massa dijalankan oleh beberapa orang dalam organisasi media massa. Mereka inilah yang menyeleksi informasi yang akan disiarkan atau tidak disiarkan.
- g. Pengatur : ada pola hubungan yang saling terkait antara media massa dengan pihak lain. Pihak lain yang dimaksud adalah pemerintah dan masyarakat.
- h. Filter : kerangka pikir melalui mana *audience* menerima pesan. Filter ibarat sebuah bingkai kaca tempat *audience* bisa melihat dunia. Hal ini berarti dunia riil yang diterima dalam memori sangat tergantung dari bingkai tersebut. Ada beberapa filter antara lain : fisik, psikologis, budaya dan yang berkaitan dengan informasi.

#### 2.1.4 Efek-efek Komunikasi Massa

Efek-efek komunikasi massa bisa dibagi menjadi beberapa bagian. Secara sederhana, Keith R. Stamm dan John E. Bowes (1990) membagi kedua bagian dasar dari efek komunikasi massa ini (Nurudin, 2017:210-211), sebagai berikut:

1. Efek Primer

Efek primer meliputi terpaan, perhatian, dan pemahaman. Dalam efek primer, *audience* terkena terpaan media massa, dimana kemudian *audience* akan memperhatikan pesan-pesan media massa.

## 2. Efek Sekunder

Efek sekunder komunikasi massa, meliputi perubahan tingkat kognitif (perubahan pengetahuan dan sikap), dan perubahan perilaku (menerima dan memilih). Dalam efek sekunder, menurut John R. Bittner (1996), fokus utama efek ini adalah tidak hanya bagaimana media memengaruhi *audience*, tetapi juga bagaimana *audience* mereaksi pesan-pesan media yang sampai pada dirinya.

Sementara itu, Onong Uchjana Effendy (2007) dalam bukunya Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi, mengatakan efek dari pesan yang disebarkan oleh komunikator melalui media massa timbul pada komunikan sebagai sasaran komunikasi. Oleh karena itu, efek melekat pada khalayak sebagai akibat dari perubahan psikologis (Effendy, 2007:318). Mengenai efek komunikasi massa, Effendy mengklasifikasikannya dalam tiga efek (Effendy, 2007:318-319), antara lain:

1. Efek Kognitif (*Cognitive Effect*), berhubungan dengan pikiran atau penalaran, sehingga khalayak yang semula tidak tahu, yang tadinya tidak mengerti, yang tadinya bingung menjadi merasa jelas.
2. Efek Afektif (*Affective Effect*), berkaitan dengan perasaan. Akibat dari membaca surat kabar atau majalah, mendengarkan radio, menonton acara televisi atau film bioskop, timbul perasaan tertentu pada khalayak.

3. Efek Behavioral (*Behavioral Effect*), bersangkutan dengan niat, tekad, upaya, usaha, yang cenderung menjadi suatu kegiatan atau tindakan.

## 2.2 MEDIA MASSA

Media massa tidak dapat dilepaskan dari konsep komunikasi massa, karena media massa dijadikan sebagai medium dalam komunikasi massa. Menurut Effendy (2007:80), komunikasi massa merupakan proses komunikasi yang menyiarkan informasi, gagasan, dan sikap komunikasi yang beragam dalam jumlah yang banyak dengan menggunakan media.

Sedangkan, definisi media massa itu sendiri adalah alat atau sasaran yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber (komunikator) kepada khalayak (komunikan/penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis, seperti surat kabar, radio, televisi, film dan internet (Suryawati (2011) dalam Asprilla, 2018).

Terdapat banyak jenis media massa yang ada hingga saat ini. Masing-masing media tersebut menjalankan fungsi yang berbeda-beda sesuai lembaga pengelolanya. Jenis media massa berdasarkan urutan perkembangannya dapat dijelaskan sebagai berikut (McQuail, 2011:34-41):

1. Media Cetak : alat untuk memproduksi serangkaian teks. Produknya dapat berupa buku, pamflet, surat kabar, atau majalah bulanan.
2. Film : alat presentasi dan distribusi hiburan dengan saluran penerimaan audio visual.
3. Penyiaran : tumbuh dari teknologi telepon dan telegraf, memanfaatkan gelombang elektromagnetik dengan transisi pemancar. Ragam media

penyiaran antara lain, televisi dengan penerimaan berbentuk audio visual, serta radio dengan penerimaan radio.

4. Musik Rekaman : bentuk yang dapat diakses melalui pemutar kaset, pemutar CD dan VCR dalam bentuk audio maupun audio visual.

Perkembangan teknologi komunikasi yang pesat membuat revolusi media massa tidak berhenti pada media elektronik saja, baik dalam bentuk penyiaran maupun rekaman. Setiap jenis media tersebut harus mampu menciptakan perubahan guna beradaptasi dengan kondisi massa digital. Menyesuaikan dengan perkembangan zaman, muncul media baru yang terkoneksi dengan internet. Media baru tersebut biasa disebut dengan media online.

Pengaruh teknologi dalam kehidupan manusia menarik perhatian Marshall McLuhan, seorang pemikir asal Kanada. Dalam bukunya yang berjudul *Understanding Media*, McLuhan mengatakan teknologi media telah menciptakan revolusi ditengah masyarakat karena masyarakat sudah sangat bergantung kepada teknologi dan tatanan masyarakat tersebut berdasarkan pada kemampuan masyarakat menggunakan teknologi (McLuhan (2002) dalam Asprilla, 2018).

### **2.3 MEDIA JURNALISTIK**

Seiring dengan berkembangnya teknologi komunikasi massa dalam ranah jurnalistik, pekerjaan para jurnalis tidak lagi dituntut untuk menghasilkan berita di media cetak saja. Sekarang ini, media jurnalistik terus berkembang ke media elektronik dan media internet. Dalam ruang lingkup jurnanisme, pekerjaan jurnalis di lapangan berkembang menjadi ranah sebagai berikut (Nurudin, 2009:13-18):

1. Jurnanisme Cetak

Jurnalisme ini berkaitan dengan media cetak, seperti surat kabar dan majalah. Setiap berita yang disajikan dalam media ini memiliki karakteristik masing-masing. Berita ditulis dengan gaya berkisah atau dengan menggunakan metode piramida terbalik.

## 2. Jurnalisme Siaran

Jurnalisme siaran tertuju pada berita televisi dan radio. Berita yang dihasilkan harus bisa disiarkan dan divisualisasikan.

## 3. Jurnalisme Online

Jurnalisme online memanfaatkan internet dalam menerbitkan beritanya. Dengan teknologi baru ini, jurnalis dapat menghasilkan berita tanpa dibatasi oleh ruang, lebih cepat dan variatif. Baik dalam bentuk teks, audio, bahkan audio visual.

Perkembangan ruang lingkup jurnalisme ini berdasarkan *platform* yang digunakan media dalam menyampaikan berita yang mereka miliki. Perkembangan teknologi digital memberikan kesempatan bagi jurnalisme online semakin tumbuh pesat, sehingga berita yang dihasilkan semakin banyak menjangkau khalayak.

## 2.4 MEDIA ONLINE

### 2.4.1 Perkembangan Media Online di Indonesia

Margianto dan Saefullah (2014:15-22) dalam bukunya *Media Online*, menjelaskan perkembangan media online di Indonesia diawali dengan adanya jasa layanan internet komersial yang berdiri pada tahun 1994. Pada tahun 1994, *Republika Online* (republika.co.id) muncul sebagai portal berita pertama di Indonesia. *Tempo* (tempo.co) muncul pada tahun 1996 sebagai bentuk



ketidakpuasan akibat pembredelan yang terjadi pada tahun 1994. Pada tahun 1997, *Bisnis Indonesia* (bisnis.com) dan *Kompas Online* (kompas.com) muncul sebagai media online, dimana kedua media online ini hanya memindahkan bentuk cetaknya ke online. Tahun 1998 muncul *Detik* (detik.com), isi dari media online yang pada saat itu dianggap statis. Oleh karena itu, detik.com lahir dengan ciri khas *straight to the point*. Pada tahun 2000-2003, banyak sekali media online yang gugur karena pertumbuhan bisnis tidak sesuai dengan dana investor. *Kapanlagi* (kapanlagi.com) hadir sebagai media online pada tahun 2003, dimana muncul dengan format yang terbilang baru, yakni khusus berita hiburan. Pada tahun 2007, PT. Media Nusantara Citra (MNC) merilis *Okezone* (okezone.com), ketika okezone.com diluncurkan menjadi momen kebangkitan media online di Indonesia. Tahun 2008 hingga kini, portal berita online mulai marak dan dikerjakan lebih serius.

#### 2.4.2 Pengertian Media Online

Manusia dapat memenuhi kebutuhannya akan informasi dan berita melalui media online. Media online merupakan tipe jurnalisme baru karena memiliki sejumlah fitur dan karakteristik daripada jurnalisme tradisional. Fitur-fitur uniknya mengemuka dalam teknologinya, menawarkan kemungkinan-kemungkinan tidak terbatas dalam memproses dan menyebarkan berita (Santana K. (2005:137) dalam Wibawa, 2012).

Menurut definisi, media online (*online media*)—disebut juga *cybermedia* (media siber), *internet media* (media internet), dan *new media* (media baru)—dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara online di situs web (*website*) internet.

Media online bisa dikatakan sebagai media “generasi ketiga” setelah media cetak (*printed media*)—koran, tabloid, majalah, buku dan media elektronik (*electronic media*)—radio, televisi, dan film/video (Romli, 2018:34).

Berdasarkan definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa media online adalah salah satu jenis media baru dalam dunia jurnalisme yang tersaji secara online di situs web (*website*) dan untuk mengaksesnya harus terhubung dengan internet.

#### 2.4.3 Karakteristik Media Online

Menurut Romli (2018:37-38), karakteristik sekaligus keunggulan media online dibandingkan “media konvensional” (cetak/elektronik) identik dengan karakteristiknya. Karakteristik media online, antara lain:

- a. Multimedia : dapat memuat atau menyajikan berita/informasi dalam bentuk teks, audio, video, grafis, dan gambar secara bersamaan.
- b. Aktualitas : berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian.
- c. Cepat : begitu diposting atau di *upload*, langsung bisa diakses semua orang.
- d. *Update* : pembaruan (*updating*) informasi dapat dilakukan dengan cepat, baik dari sisi konten maupun redaksional, misalnya kesalahan ketik/ejaan. Kita belum menemukan istilah “ralat” di media online sebagaimana sering muncul di media cetak. Informasi pun disampaikan secara terus-menerus.
- e. Kapasitas luas : halaman web bisa menampung naskah sangat panjang.
- f. Fleksibilitas : pemuatan dan editing naskah bisa kapan saja dan dimana saja, juga jadwal terbit (*update*) bisa kapan saja, setiap saat.
- g. Luas : menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet.

- h. Interaktif : dengan adanya fasilitas kolom komentar dan *chat room*.
- i. Terdokumentasi : informasi tersimpan di “bank data” (arsip) dan dapat ditemukan melalui “link”, seperti “artiket terkait”, dan fasilitas “cari” (*search*).

Ada juga karakteristik media online yang menjadi kekurangan atau kelemahannya (Romli, 2018:38), antara lain:

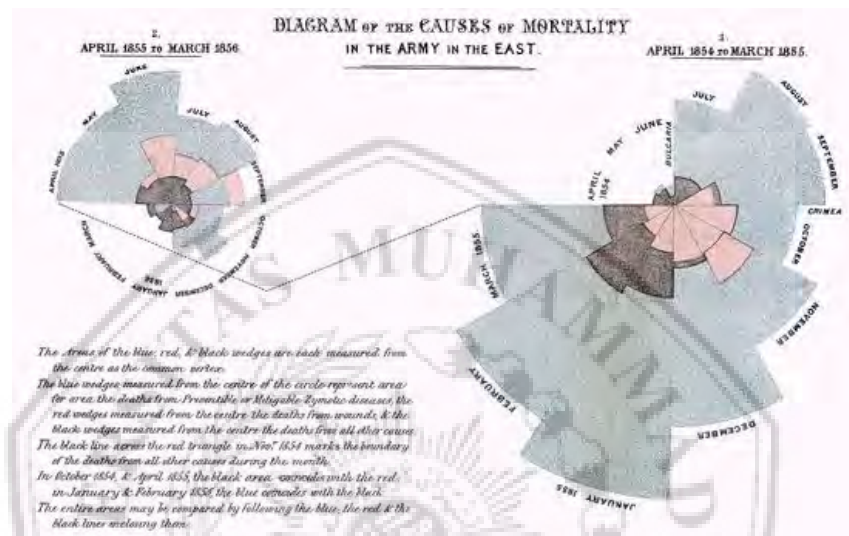
- a. Ketergantungan terhadap perangkat komputer dan koneksi internet. Jika tidak ada aliran listrik, baterai habis, dan tidak ada koneksi internet, juga tidak ada *browser*, maka media online tidak bisa diakses.
- b. Bisa dimiliki dan dioperasikan oleh “sembarang orang”. Mereka yang tidak memiliki ketrampilan menulis sekalipun dapat menjadi pemilik media online dengan isi berupa “*copy-paste*” dari informasi situs lain.
- c. Adanya kecenderungan mata “mudah lelah” saat membaca informasi media online, khususnya naskah yang panjang.
- d. Akurasi sering terabaikan. Karena mengutamakan kecepatan, berita yang dimuat di media online biasanya tidak seakurat media cetak, utamanya dalam hal penulisan kata (salah kata).

## 2.5 JURNALISME DATA

### 2.5.1 Sejarah Jurnalisme Data

Jurnalisme data atau jurnalisme berbasis data (*data-driven journalism*) merupakan salah satu jurnalisme yang lahir karena adanya internet dan mulai diterapkan oleh beberapa portal media online di Indonesia. Pelaporan jurnalistik dengan menggunakan data bukanlah hal yang baru. Simon Rogers (2011:12),

mantan jurnalis data *The Guardian* yang kini bergabung dengan Google, menyebutkan perawat Inggris Florence Nightingale juga sebagai jurnalis data. Nightingale, yang bertugas dalam perang Inggris di Krimea—dulu Uni Soviet, sekarang Ukraina—merilis data jumlah kematian tentara Inggris dalam perang itu pada tahun 1858 (Adzkia, 2018).



**Gambar 2.1** Diagram Data yang dibuat oleh Florence Nightingale tentang Kematian Tentara Inggris dalam Perang tahun 1858

**Sumber:** <https://www.theguardian.com/news/datablog/2010/aug/13/florence-nightingale-graphics>

Selain itu, apabila mau ditelusuri lebih jauh, *The Manchester Guardian* mempublikasikan liputan pertama dengan data mengenai biaya sekolah dan jumlah siswa Manchester dan Salford, Inggris pada tahun 1821 (Adzkia, 2018).



**Gambar 2.2** Berita Guardian Pertama yang Menggunakan Jurnalisme Data, diterbitkan pada 5 Mei 1821

**Sumber:** <https://www.theguardian.com/news/datablog/2011/sep/26/data-journalism-guardian>

Pada tahun 1970-an muncul istilah “jurnalisme presisi” yang menjelaskan proses pengumpulan data secara ilmiah menggunakan statistik. Data tersebut dianalisis dan dijadikan narasi dalam sebuah artikel berita (Gray, Chambers, dan Bounegru, 2012:19). Pada tahun 2000-an, istilah “jurnalisme data” mulai berkembang untuk merujuk proses liputan berita berdasarkan statistik. Data inilah yang kemudian disajikan ke *audiens* melalui beragam bentuk seperti infografik, gambar, teks, video, peta atau bentuk apa pun yang sesuai dengan narasi data (Adzkie, 2018).

Panjangnya sejarah penggunaan data dalam karya jurnalistik, membuat sejumlah pakar menganggap tidak ada kebaruan dalam praktik “jurnalisme data” kecuali dalam visualisasi. Meski demikian, sejumlah pakar lainnya tak sependapat. Liliana Bounegru, *European Journalism Centre* merangkum pendapat sejumlah pakar lain, menyebutkan bahwa perbedaan praktik jurnalisme data terletak pada

bagaimana data tersebut menjadi inti cerita dalam karya jurnalistik (Gray, Chambers, dan Bounegru (2012:24) dalam Adzkia, 2018).

Dikutip dari Bounegru, data bukan jadi inti utama cerita, karena data hanya menjadi pelengkap cerita. Model semacam ini banyak ditemukan di kanal harian *Beritagar.id*, misalnya dalam artikel dengan judul “Hakim Lasito dan rekor hakim terjerat korupsi” (<https://beritagar.id/artikel/berita/hakim-lasito-dan-rekor-hakim-terjerat-korupsi>) (2018). Artikel tersebut menampilkan grafik berapa banyak hakim dan penegak hukum lainnya yang pernah terjerat korupsi di Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK). Data jumlah hakim pada artikel tersebut bukan menjadi inti cerita, tetapi hanya sebagai pelengkap dari cerita bahwa ada penangkapan oleh KPK terhadap Hakim Lasito. Model seperti ini mirip dengan praktik yang dilakukan Nightingale dulu (Adzkia, 2018).

Sementara itu, praktik jurnalisme data yang kini berkembang, sudah melibatkan teknologi tertentu dalam proses analisis dan publikasi karya jurnalistik. Jenis seperti ini banyak bermunculan dalam kanal artikel Lokadata (<https://beritagar.id/tag/lokadata>) di *Beritagar.id*. Contoh lain yang melibatkan proses investigasi mendalam, misalnya pada liputan “Panama Papers”. Dalam sebuah wawancara dengan mantan *Head of Data* di *The Guardian*, Helena Bengtsson, pengolahan data “Panama Papers” membutuhkan penyimpanan dengan enkripsi khusus dan dalam kapasitas yang besar. Pengolahannya pun melibatkan tim yang tidak sedikit. Peliputan seperti ini, tidak mungkin bisa dilakukan tanpa perkembangan teknologi dan keterampilan dari wartawan yang meliput (Adzkia, 2018).

### 2.5.2 Praktik Jurnalisme Data di Indonesia

Penggunaan data dalam karya jurnalistik di Indonesia sudah dimulai oleh *Majalah Prisma*, *Harian Kompas*, dan *Majalah Tempo* puluhan tahun yang lalu. Tim penelitian dan pengembangan *Harian Kompas*, mulai melakukan *polling* Pemilu pada tahun 1970-an. Hingga saat ini, baik *Tempo* maupun *Kompas* masih mempraktikkan hal tersebut dengan struktur organisasi yang sama: tim riset dan tim redaksi. Sementara itu, awalnya praktik jurnalisme data tidak diadopsi oleh media-media daring di Indonesia. Jurnalisme data dianggap bertentangan dengan “ruh” jurnalisme daring yang mengedepankan kecepatan. Padahal, proses pengumpulan dan analisis data membutuhkan waktu yang lebih lama. Alhasil, keduanya pun bentrok (Adzkia, 2018).

Namun, pesimisme ini ditantang oleh media baru *Katadata.co.id* yang berdiri pada 2012. *Katadata.co.id* punya tim redaksi dan tim data. Tim redaksi murni melakukan liputan lapangan dan penulisan berita, sementara tim data mengolah data menjadi beragam bentuk, baik dalam grafik yang muncul di dalam narasi berita, atau dalam rubrik khusus seperti Analisis dan Bicara Data. Tim data *Katadata* tidak dituntut untuk mewawancarai narasumber dan melakukan proses liputan. Meski terpisah, keduanya kerap bekerja sama dan mengawinkan liputan lapangan dengan analisis data. Lebih jauh, *Katadata* punya portal agregasi data, yakni Databoks (<https://databoks.katadata.co.id/>), yang mengompilasi beragam data dari berbagai sumber dan menyajikannya dalam bentuk grafik interaktif. Pada tahun 2016, muncul media online *Tirto.id*, yang berbasis artikel dan infografik. Sebagaimana *Katadata*, *Tirto* juga memiliki struktur tim riset dan redaksi. Tim riset menganalisis dan menulis data untuk dipublikasikan di rubrik Periksa Data

(<https://tirto.id/q/periksa-data-gqo>). *Tirto* juga mengembangkan riset mandiri, seperti laporan visual mengenai “Generasi Z” (<https://tirto.id/tirto-visual-report-masa-depan-di-tangan-generasi-z-ctMM>) yang dipublikasikan pada akhir tahun 2017. Sementara itu, tim redaksi *Tirto* fokus pada liputan lapangan dan mendapat suplai data dari tim riset (Adzkia, 2018).

*Beritagar.id*, yang berdiri pada tahun 2015, menerapkan struktur yang sedikit berbeda. Selain memiliki tim data dan redaksi, *Beritagar* juga memiliki jurnalis data. Menurut standar sekolah jurnalistik di Universitas Columbia, jurnalis data perlu terampil dalam mengambil data, analisis, hingga visualisasi. Selain itu, berbeda dari analis data atau anggota tim data lainnya, jurnalis data juga perlu menguasai reportase seperti mewawancarai narasumber atau menulis berita. Mengutip Scott Klein dari ProPublica, jurnalis data mesti bisa mengartikulasikan data menjadi narasi. “Kita bisa mewawancarai orang, dan kita juga bisa ‘mewawancarai’ *spreadsheets* (alat analisis data)”. Selain media *Katadata*, *Tirto* dan *Beritagar*, penggunaan data dalam penulisan berita mulai menjamur pada tahun 2018, seperti yang dilakukan oleh *Kumparan.com* dan *CNBCIndonesia.com*. Bahkan *detik.com* juga sudah mulai menambahkan analisis data ke dalam liputan dan artikel berita mereka (Adzkia, 2018).

### 2.5.3 Pengertian Jurnalisme Data

Pada dasarnya prinsip yang ada distruktur dasar sebuah tautan ke website adalah prinsip mengutip yang dipakai dalam karya akademik. Mengutip dan membagikan sumber material dan data di balik berita adalah cara dasar dimana



jurnalisme data dapat memperbaiki kualitas jurnalisme, apa yang disebut oleh pendiri *Wikileaks*, Julian Assange, sebagai “jurnalisme ilmiah” (Asprilla, 2018).

Lebih lanjutnya, menurut Aditya Asprilla (2018), jurnalisme data dapat dengan efektif mewakili sumber daya, peralatan, teknik, dan metodologi yang sebelumnya hanya digunakan oleh para spesialis—baik reporter investigasi, ilmuwan sosial, ahli statistik, analisis dan pakar lainnya. Ini alasan mengapa jurnalisme data memungkinkan siapa saja untuk menggali ke dalam sumber-sumber data dan menemukan informasi yang relevan bagi mereka, serta memverifikasi penegasan-penegasan dan menantang asumsi umum.

Steve Doig, *professor of journalism at Arizona State University*, menyatakan bahwa jurnalisme data adalah sebuah cara yang dapat dilakukan untuk mendapatkan sebuah informasi, hal ini setara dengan sumber dari wawancara dan dokumen.

*“Data journalism is really just another way of gathering information. It’s the equivalent of interviewing sources and looking at documents, except with data journalism you are essentially interviewing the data to let it tell you it’s secrets, basically. The power of data journalism is let you do stories that would either be difficult or otherwise impossible to do.”* (Remington (2012) dalam Asprilla, 2018).

Sedangkan *The Citizens Campaign* mendefinisikan jurnalisme data secara lebih umum sebagai berikut:

*“Data journalism is when we use public data and statistics to tell a story. With the development of modern technology and an increase to access to information in a digital format—it is now possible to extract more information from public data.”* (Skowronski dalam Asprilla, 2018).

Di era digital, kekuatan data sangat diperlukan oleh industri mana pun, termasuk media. Agar industri bersangkutan dapat terus menyediakan layanan publik, menstimulasi pembangunan, memberikan informasi yang kredibel, serta

selalu siap menghadapi tantangan bisnis yang ada (Shafif Pontoh (2016) dalam Imawan, 2018).

Menerapkan jurnalisme berbasis data selaras dengan pentingnya menerapkan prinsip *open data*. Prinsip *open data* menekankan bagaimana data tertentu bisa disediakan agar terbuka untuk diakses publik dan diolah ke dalam bentuk lain tanpa perlu meminta izin. Prinsip *open data* ini sangat penting untuk menopang jurnalis dalam menerapkan standar jurnalisme data, karena jurnalis harus bisa dengan mudah mengakses data tertentu ketika ia menulis liputannya (Imawan, 2018).

Menurut Tim Berners-Lee, *founder of the World Wide Web* dalam buku *The Data Journalism Handbook* menyatakan bahwa jurnalisme data adalah jurnalisme masa depan, dimana jurnalis harus paham akan data. Sekarang ini, meneliti data dan melengkapi diri dengan alat untuk mengalisahnya adalah salah satu hal yang menarik (Gray, Chambers, dan Bounegru, 2012:16).

Berdasarkan definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa jurnalisme data merupakan jurnalisme yang lahir karena adanya internet, kemajuan teknologi komputer serta era keterbukaan informasi, dimana data-data tersebut diperoleh dari kumpulan data terstruktur dan bisa dianalisis secara statistik oleh publik, dalam penulisan jurnalistik apabila disertai dengan penggunaan dan analisa data yang mendalam, maka akan membuat berita tersebut lebih rinci, menarik, dan kredibel, biasanya data dalam jurnalisme data selain berbentuk kumpulan kata dan angka, datanya akan diolah dalam bentuk visual, seperti infografik ataupun berupa tabel data.

## 2.6 LITERASI DIGITAL

### 2.6.1 Pengertian Literasi Digital

Literasi atau dalam istilah latin "*literature*", dan dalam bahasa Inggris "*letter*", mengartikan literasi sebagai dasar dari pengetahuan manusia yang terus berkembang. Sedangkan, digital berasal dari kata "*digitus*", yang dalam bahasa Yunani berarti jari jemari, sebuah penggambaran kemajuan teknologi komputer dan informatika dewasa ini yang *keypad-oriented* alias serba "tekan tombol" (Mustafa, 2018).

Literasi digital adalah ketertarikan, sikap dan kemampuan individu dalam menggunakan teknologi digital dan alat komunikasi untuk mengakses, mengelola, mengintegrasikan, menganalisis dan mengevaluasi informasi, membangun pengetahuan baru, serta berkomunikasi dengan orang lain agar dapat berpartisipasi secara efektif dalam masyarakat (Kurniawati dan Baroroh, 2016:54).

Paul Gilster dalam bukunya yang berjudul *Digital Literacy* (1997), mengartikan literasi digital sebagai kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dalam berbagai bentuk, serta dari berbagai sumber yang sangat luas yang diakses melalui piranti komputer. Bawden (2001) menawarkan pemahaman baru mengenai literasi digital yang berakar pada literasi komputer dan literasi informasi. Literasi komputer berkembang pada tahun 1980-an, ketika komputer semakin luas dipergunakan, tidak saja di lingkungan bisnis, tetapi juga di masyarakat. Sedangkan, literasi informasi baru menyebar luas pada tahun 1990-an ketika informasi semakin mudah disusun, diakses, disebarluaskan melalui teknologi berjejaring. Dengan demikian, mengaju pada pendapat Bawden, literasi

digital lebih banyak dikaitkan dengan ketrampilan teknis mengakses, merangkai, memahami, dan menyebarluaskan informasi (Kemdikbud, 2017:7).

Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa literasi digital adalah pengetahuan dan kecakapan untuk menggunakan media digital, alat-alat komunikasi, atau jaringan dalam menemukan, mengevaluasi, menggunakan, membuat informasi, dan memanfaatkannya secara bijak, tepat dan patuh hukum dalam berkomunikasi dan berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari.

### 2.6.2 Konsep Literasi Digital

Konsep literasi digital, sejalan dengan terminologi yang dikembangkan oleh UNESCO pada 2011, yaitu merujuk serta tidak bisa dilepaskan dari kegiatan literasi, seperti membaca dan menulis, serta matematika yang berkaitan dengan pendidikan. Sehingga, literasi digital dapat diartikan sebagai kecakapan (*life skills*) yang tidak hanya melibatkan kemampuan dalam menggunakan perangkat teknologi, informasi dan komunikasi, tetapi juga kemampuan bersosialisasi, kemampuan dalam pembelajaran dan memiliki sikap, berpikir kritis, kreatif, serta inspiratif sebagai kompetensi digital (Kemdikbud, 2017:8).

Literasi digital itu sendiri dapat dipandang sebagai bagian dari literasi media dan konsep literasi digital bukanlah konsep yang benar-benar baru. Selain literasi digital, sebenarnya terdapat konsep lain yang disebut dengan literasi komputer yang muncul pada tahun 1980-an. Namun, konsep ini memiliki makna yang terbatas karena merujuk pada literasi komputer secara teknis atau penguasaan komputer semata. Oleh karena itu, konsep literasi digital kemudian mengemuka karena pengertiannya tidak hanya terkait dengan penguasaan teknis

komputer melainkan juga pengetahuan dan juga emosi dalam menggunakan media dan perangkat digital, termasuk internet (Buckingham (2006:45-46) dalam Kurnia, dkk., 2017:8).

### **2.6.3 Prinsip Dasar Pengembangan Literasi Digital**

Menurut Kemdikbud (2017:9), prinsip dasar pengembangan literasi digital, antara lain sebagai berikut:

1. Pemahaman

Prinsip pertama dari literasi digital adalah pemahaman sederhana yang meliputi kemampuan untuk mengekstrak ide secara implisit dan eksplisit dari media. Secara implisit maksudnya kemampuan untuk memahami isi pesan yang terkandung dalam media. Sedangkan, secara eksplisit maksudnya kemampuan untuk dapat menangkap maksud isi pesan dari media secara jelas.

2. Saling Ketergantungan

Prinsip kedua dari literasi digital adalah saling ketergantungan yang dimaknai bagaimana suatu bentuk media berhubungan dengan yang lain secara potensi, metaforis, ideal, dan harfiah. Dulu jumlah media yang sedikit dibuat dengan tujuan untuk mengisolasi dan penerbitan menjadi lebih mudah. Sekarang ini, dengan begitu banyaknya jumlah media, bentuk-bentuk media diharapkan tidak hanya sekedar berdampingan, tetapi juga saling melengkapi satu sama lain. Dalam mencari informasi dan berita di portal media online tidak hanya dari satu portal media saja, tetapi bisa dari beberapa portal media online lainnya.

### 3. Faktor Sosial

Berbagi tidak hanya sekedar sarana untuk menunjukkan identitas pribadi atau distribusi informasi, tetapi juga dapat membuat pesan tersendiri. Siapa yang membagikan informasi, kepada siapa informasi itu diberikan, dan melalui media apa informasi itu diberikan tidak hanya dapat menentukan keberhasilan jangka panjang media itu sendiri, tetapi juga dapat membentuk ekosistem organik untuk mencari informasi, berbagi informasi, menyimpan informasi, dan akhirnya membuat ulang media itu sendiri. Ketika ada keinginan untuk membagikan informasi dan berita kepada orang lain, sebaiknya dengan kesadaran bahwa informasi dan berita yang akan dibagikan adalah benar.

### 4. Kurasi

Membicarakan mengenai penyimpanan informasi, seperti penyimpanan konten pada media sosial melalui metode *“save to read later”* merupakan salah satu jenis literasi yang dihubungkan dengan kemampuan untuk memahami nilai dari sebuah informasi dan menyimpannya agar lebih mudah diakses dan dapat bermanfaat dalam jangka panjang. Kurasi tingkat lanjut harus berpotensi sebagai kurasi sosial, seperti melakukan kerja sama untuk menemukan, mengumpulkan, serta mengorganisasikan informasi yang bernilai.

Ada dua aspek yang dapat dilakukan sebagai pendekatan literasi digital, yaitu pendekatan konseptual dan operasional. Pendekatan konseptual berfokus pada aspek pengembangan kognitif dan sosial emosional, sedangkan pendekatan

operasional berfokus pada kemampuan teknis penggunaan media itu sendiri yang tidak dapat diabaikan (Kemdikbud, 2017:10).

## 2.7 TERPAAN MEDIA

Terpaan merupakan intensitas keadaan khalayak dimana terkena pesan-pesan yang disebarkan oleh suatu media. Menurut Ardianto (2014:168), terpaan dapat diartikan sebagai kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu atau kelompok. Terpaan media berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan. Penggunaan jenis media meliputi media audio, audio visual, media cetak, dan media online (dalam Munawwaroh, 2018:4-5).

Menurut Sari (1993), *media exposure* atau terpaan media merupakan frekuensi penggunaan meliputi berapa kali seseorang menggunakan media dalam jangka waktu tertentu. Durasi media menghitung berapa lama *audience* berhubungan atau mengikuti suatu program di media (dalam Munawwaroh, 2018:5).

Menurut Rosengren dalam Rakhmat (2009:66), terpaan media juga dapat diukur melalui dimensi-dimensi seperti berikut (dalam Rizki dan Pangestuti, 2017:159):

1. Frekuensi, yaitu meliputi rutinitas atau berapa kali seseorang menggunakan media dan mengonsumsi isi pesan dari media.
2. Durasi, yaitu meliputi berapa lama seseorang menggunakan media dan mengonsumsi isi pesan dari media.

3. Atensi, yaitu tingkat perhatian yang diberikan seseorang dalam menggunakan media dan mengonsumsi isi pesan dari media.

Ketiga dimensi pada terpaan media yang telah dijelaskan diatas memerankan peranan penting dalam sebuah media. Kemajuan teknologi yang melahirkan beragam media penyampai komunikasi massa, membuat pemilihan media menjadi penting untuk diperhatikan. Sekarang ini, masyarakat memungkinkan untuk memperoleh informasi dan berita yang sama, tetapi dari media yang berbeda. Hal ini disebabkan karena informasi dan berita tersebut didapatkan masyarakat dari berbagai media massa. Terpaan informasi dan berita yang secara terus menerus diperoleh masyarakat, memungkinkan seseorang terdorong atau termotivasi untuk melakukan suatu tindakan atau merubah sikap.

## **2.8 TEORI S-R**

Teori S-R atau teori stimulus-respon merupakan teori dasar dan sangat sederhana dari komunikasi yang menunjukkan komunikasi sebagai proses “aksi-reaksi”. Asumsi dari teori ini bahwa stimulus yang berupa kata-kata verbal, isyarat nonverbal, gambar, tindakan tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan respon dengan cara tertentu. Proses pemindahan atau pertukaran informasi ini dapat bersifat timbal balik dan mempunyai banyak efek. Dimana efek komunikasi dapat mengubah tindakan orang-orang yang berkomunikasi (Winarni, 2003:58).

Lebih lanjutnya, dalam buku Sosiologi Komunikasi (2009), Bungin menjelaskan bahwa teori S-R atau teori stimulus-respons ini pada dasarnya merupakan suatu prinsip yang sederhana, dimana efek merupakan reaksi terhadap



stimulus tertentu. Dengan demikian, seseorang dapat menjelaskan suatu kaitan erat antara pesan-pesan media dan reaksi audience. Dalam masyarakat massa, dimana prinsip stimulus-respons mengasumsikan bahwa pesan informasi dipersiapkan oleh media dan didistribusikan secara sistematis dan dalam skala yang luas. Sehingga secara serempak pesan tersebut dapat diterima oleh sejumlah besar individu, bukan ditujukan pada orang per orang. Kemudian sejumlah besar individu itu akan merespons pesan informasi itu. Penggunaan teknologi telematika yang semakin luas dimaksudkan untuk reproduksi dan distribusi pesan informasi itu sehingga diharapkan dapat memaksimalkan jumlah penerima dan respons oleh *audience*, sekaligus meningkatkan *respons* oleh *audience* (Bungin, 2009:281-282).

Berdasarkan teori S-R dalam kaitannya dengan penelitian ini adalah pengaruh terpaan jurnalisme data di portal media online terhadap literasi digital pada mahasiswa. Pada penelitian ini berasumsi bahwa jurnalisme data yang ada di portal media online menjadi stimulus yang mempengaruhi mahasiswa yang mendapatkan terpaan pesan tersebut sehingga terjadi respon berupa literasi digital.

## **2.9 DEFINISI KONSEPTUAL**

Definisi konseptual adalah batasan tentang pengertian yang diberikan peneliti terhadap variabel-variabel (konsep) yang hendak diukur, diteliti dan digali datanya (Hamidi, 2010:141).

### **2.9.1 Terpaan Jurnalisme Data**

Menurut Ardianto (2014:168), terpaan dapat diartikan sebagai kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media ataupun mempunyai

pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu atau kelompok (dalam Munawwaroh, 2018:4). Pada penelitian ini terpaannya merupakan jurnalisme data di portal media online. Jurnalisme data merupakan isi pesan media berupa informasi dan berita yang didalamnya terdapat adanya data, baik berupa data tertulis maupun data yang divisualkan dalam bentuk infografik, grafis dan tabel data. Adapun indikator terpaan jurnalisme data adalah sebagai berikut:

1. Frekuensi membaca berkaitan dengan pengumpulan data seseorang berapa kali dalam seminggu melihat dan membaca berita jurnalisme data di portal media online. Frekuensi juga berhubungan dengan keteraturan seseorang dalam membaca informasi dan berita yang didalamnya terdapat adanya data, baik berupa data tertulis maupun data yang divisualkan dalam bentuk infografik, grafis dan tabel data di portal media online.
2. Durasi membaca berkaitan dengan pengumpulan data berapa lama seseorang yang terkena terpaan jurnalisme data menggunakan media dan mengonsumsi isi pesan dari media. Durasi berhubungan dengan berapa lama seseorang membaca informasi dan berita yang didalamnya terdapat adanya data, baik berupa data tertulis maupun data yang divisualkan dalam bentuk infografik, grafis dan tabel data di portal media online.
3. Atensi berkaitan dengan perhatian seseorang dalam membaca informasi dan berita jurnalisme data. Meliputi mengusahakan untuk membaca dari awal-akhir, fokus saat membaca tanpa melakukan aktivitas lain, memperhatikan data tertulis, memperhatikan data visual berupa infografik,

grafis dan tabel data, serta memperhatikan sumber data dari informasi dan berita jurnanisme data di portal media online didapatkan.

### 2.9.2 Literasi Digital

Paul Gilster dalam bukunya yang berjudul *Digital Literacy* (1997), mengartikan literasi digital sebagai kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi dalam berbagai bentuk, serta dari berbagai sumber yang sangat luas yang diakses melalui piranti komputer (Kemdikbud, 2017:7). Literasi digital adalah kemampuan, pengetahuan, kesadaran dan ketrampilan seseorang setelah terkena terpaan jurnanisme data di portal media online dalam menyikapi dan menyaring informasi dan berita melalui *gadget* yang dimiliki. Adapun indikator literasi digital yang mengacu pada prinsip dasar pengembangan literasi digital (Kemdikbud, 2017:9) adalah sebagai berikut:

1. Pemahaman disini maksudnya kemampuan seseorang menangkap isi informasi dan berita jurnanisme data secara jelas, serta kemampuan menilai pesan jurnanisme data yang didalamnya terdapat adanya data, baik berupa data tertulis maupun data yang divisualkan dalam bentuk infografik, grafis dan tabel data di portal media online yang diakses melalui *gadget*.
2. Saling Ketergantungan disini maksudnya pengetahuan seseorang bahwa mencari informasi dan berita yang didalamnya terdapat adanya data, baik berupa data tertulis maupun data yang divisualkan dalam bentuk infografik, grafis dan tabel data di portal media online yang diakses melalui *gadget* tidak hanya dari satu portal media online saja, tetapi bisa dari beberapa portal media online lainnya.

3. Faktor Sosial disini maksudnya kesadaran seseorang bahwa ketika berbagi informasi dan berita yang didalamnya terdapat adanya data, baik berupa data tertulis maupun data yang divisualkan dalam bentuk infografik, grafis dan tabel data di portal media online yang diakses melalui *gadget* kepada orang lain haruslah informasi yang benar.
4. Kurasi disini maksudnya ketrampilan seseorang untuk melakukan penyaringan informasi dan berita yang diterima, serta melakukan penyimpanan informasi dan berita yang didalamnya terdapat adanya data, baik berupa data tertulis maupun data yang divisualkan dalam bentuk infografik, grafis dan tabel data di portal media online yang diakses melalui *gadget* agar lebih mudah diakses dan bermanfaat sebagai referensi jangka panjang.

## 2.10 DEFINISI OPERASIONAL

Definisi operasional adalah petunjuk bagaimana sebuah variabel diukur (Hamidi, 2010:142). Definisi operasional akan memberikan batasan gambaran dari situasi dan kondisi dilapangan dari variabel-variabel yang menjadi objek penelitian.

- a. Terpaan Jurnalisme Data, dapat diukur berdasarkan dimensi-dimensi terpaan media menurut Rosengren dalam Rakhmat (2009:66) (dalam Rizki dan Pangestuti, 2017:159):
  1. Frekuensi, diukur berdasarkan berapa kali seseorang menggunakan media dan mengkonsumsi isi pesan dari media. Dalam hal ini, frekuensi adalah parameter untuk mengukur tingkat keseringan atau

keteraturan responden penelitian melihat dan membaca berita jurnalisme data, yang didalamnya terdapat adanya data, baik berupa data tertulis maupun data yang divisualkan dalam bentuk infografik, grafis dan tabel data di portal media online.

2. Durasi, diukur berdasarkan berapa lama seseorang menggunakan media dan mengkonsumsi isi pesan dari media. Dalam hal ini, durasi adalah parameter untuk mengukur jangka waktu seberapa lama responden penelitian membaca berita jurnalisme data, yang didalamnya terdapat adanya data, baik berupa data tertulis maupun data yang divisualkan dalam bentuk infografik, grafis dan tabel data di portal media online.
  3. Atensi, diukur berdasarkan tingkat perhatian yang diberikan seseorang dalam menggunakan media dan mengkonsumsi isi pesan dari media. Meliputi membaca dengan melakukan kegiatan lain, atau membaca dengan tidak melakukan kegiatan lain. Dalam hal ini, atensi adalah parameter untuk mengukur bagaimana tingkat perhatian responden penelitian membaca dan memperhatikan berita jurnalisme data, yang didalamnya terdapat adanya data, baik berupa data tertulis maupun data yang divisualkan dalam bentuk infografik, grafis dan tabel data di portal media online.
- b. Untuk mengukur Literasi Digital, peneliti menggunakan prinsip dasar pengembangan literasi digital dari Kemdikbud (2017:9) antara lain:
1. Pemahaman diukur dengan adanya kemampuan responden penelitian untuk menangkap isi pesan dari media secara jelas, serta kemampuan

menilai sebuah isi pesan jurnalisme data, yang didalamnya terdapat adanya data, baik berupa data tertulis maupun data yang divisualkan dalam bentuk infografik, grafis dan tabel data di portal media online yang diakses melalui *gadget*.

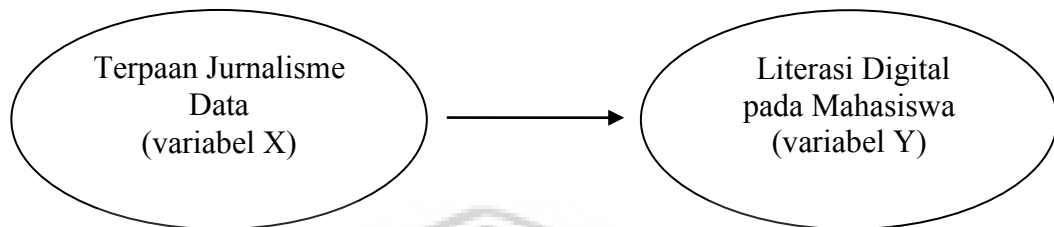
2. Saling Ketergantungan diukur dengan adanya pengetahuan responden penelitian bahwa mencari informasi dan berita jurnalisme data, yang didalamnya terdapat adanya data, baik berupa data tertulis maupun data yang divisualkan dalam bentuk infografik, grafis dan tabel data di portal media online yang diakses melalui *gadget* tidak hanya dari satu portal media saja, tetapi bisa dari beberapa portal media online lainnya.
3. Faktor Sosial diukur dengan adanya kesadaran responden penelitian bahwa ketika berbagi informasi dan berita jurnalisme data, yang didalamnya terdapat adanya data, baik berupa data tertulis maupun data yang divisualkan dalam bentuk infografik, grafis dan tabel data di portal media online yang diakses melalui *gadget* kepada orang lain haruslah informasi yang benar.
4. Kurasi diukur dengan adanya ketrampilan responden penelitian untuk melakukan penyaringan informasi yang akan diterima, serta melakukan penyimpanan informasi jurnalisme data, yang didalamnya terdapat adanya data, baik berupa data tertulis maupun data yang divisualkan dalam bentuk infografik, grafis dan tabel data di portal media online yang diakses melalui *gadget* agar lebih mudah diakses dan dapat bermanfaat sebagai referensi jangka panjang.

**Tabel 2.1** Operasional Variabel

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Butir</b>
Terpaan Jurnalisme Data (variabel X)	Frekuensi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melihat informasi dan berita jurnalisme data di portal media online minimal 2 kali dalam seminggu</li> <li>- Membaca informasi dan berita jurnalisme data di portal media online minimal 2 kali dalam seminggu</li> </ul>
	Durasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membutuhkan waktu lebih dari 3 menit dalam sekali membaca informasi dan berita jurnalisme data di portal media online</li> </ul>
	Atensi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengusahakan untuk membaca informasi dan berita jurnalisme data di portal media online dari awal-akhir</li> <li>- Fokus membaca informasi dan berita jurnalisme data di portal media online tanpa melakukan aktivitas lain</li> <li>- Memperhatikan data tertulis dari informasi dan berita jurnalisme data di portal media online</li> <li>- Memperhatikan data visual (inforgrafik, grafis, tabel) dari informasi dan berita jurnalisme data di portal media online</li> <li>- Memperhatikan sumber darimana data pada informasi dan berita jurnalisme data di portal media online didapatkan</li> </ul>
Literasi Digital (variabel Y)	Pemahaman	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mampu menangkap maksud isi pesan informasi dan berita jurnalisme data di portal media online secara jelas</li> <li>- Mampu menilai mana isi berita positif dan mana isi berita negatif jurnalisme data di portal media online</li> </ul>
	Saling Ketergantungan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menjadikan beberapa portal media online jurnalisme data sebagai bahan pertimbangan terpenuhinya informasi dan berita harian</li> </ul>
	Faktor Sosial	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membagikan/<i>share</i> informasi dan berita jurnalisme data di portal media online kepada orang lain sebagai bentuk penyebaran informasi yang benar</li> </ul>
	Kurasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melakukan penyaringan/pemfilteran informasi dan berita jurnalisme data di portal media online sebagai bentuk pemilahan informasi yang akan diterima</li> <li>- Melakukan penyimpanan informasi dan berita jurnalisme data di portal media online untuk diakses dan dimanfaatkan sebagai referensi jangka panjang</li> </ul>

### 2.11 KERANGKA KONSEP PENELITIAN

Kerangka konsep pada penelitian ini didasari dari kajian pustaka yang sudah dijelaskan sebelumnya dan gambar 2.3 dibawah ini merupakan bentuk gambaran dari hubungan antar variabel yang akan diteliti.



**Gambar 2.3** Hubungan Terpaan Jurnalisme Data di Portal Media Online dan Literasi Digital pada Mahasiswa

### 2.12 HIPOTESIS PENELITIAN

Hipotesis menurut Sugiyono (2015:96) adalah jawaban sementara terhadap jawaban rumusan masalah penelitian. Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka konsep penelitian yang telah peneliti kemukakan, maka hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ha : Ada pengaruh antara terpaan jurnalisme data di portal media online terhadap literasi digital pada mahasiswa

Ho : Tidak ada pengaruh antara terpaan jurnalisme data di portal media online terhadap literasi digital pada mahasiswa